

Video e Cinema Documental

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho n.º 13021/2015

Ficha da Unidade Curricular: Indústrias Criativas

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, T:30.0; TP:30.0; OT:3.0;

Ano|Semestre: 3|S1; Ramo: Tronco Comum;

Tipo: Optativa; Interação: Presencial; Código: 9932053

Área Científica: Produção

Docente Responsável

José António Cunha

Docente e horas de contacto

João Pedro Freire Fonseca da Luz

Assistente Convidado, T: 30; TP: 30; OT: 3;

Objetivos de Aprendizagem

- A. Compreender a origem e evolução do conceito de "indústria da cultura"
- B. Identificar os elementos caracterizadores do setor das indústrias criativas
- C. Conhecer as fontes de dados quantitativos do setor das indústrias criativas
- D. Entender os mecanismos de gestão das indústrias criativas

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

- A. Compreender a origem e evolução do conceito de "indústria da cultura"
- B. Identificar os elementos caracterizadores do setor das indústrias criativas
- C. Conhecer as fontes de dados quantitativos do setor das indústrias criativas
- D. Entender os mecanismos de gestão das indústrias criativas

Conteúdos Programáticos

1. Origens do período histórico de massificação
2. Abordagens teóricas do fenómeno de produção cultural em massa
3. Evolução do conceito de "indústria da cultura"
4. Caracterização do setor das indústrias criativas
5. Relação entre território e indústrias criativas
6. Gestão de projetos culturais

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Origens do período histórico de massificação
 - 1.1. A invenção de Gutenberg: uma nova era
 - 1.2. Reprodutibilidade técnica das obras de arte
2. Abordagens teóricas do fenómeno de produção cultural em massa
 - 2.1. Theodor Adorno e Walter Benjamin
 - 2.2. Tom Flemming e "economia da arte"
3. Evolução do conceito de "indústria da cultura"
 - 3.1. Da arte enquanto cultura à criatividade enquanto indústria
 - 3.2. Aspetos críticos da monetização da arte
4. Caracterização do setor das indústrias criativas

- 4.1. Os agentes económicos culturais
- 4.2. O peso económico das indústrias criativas
- 5. Relação entre território e indústrias criativas
 - 5.1. Impacto urbano das indústrias criativas
 - 5.2. Indústrias criativas em territórios de baixa densidade
- 6. Gestão de projetos culturais
 - 6.1. Princípios de gestão das organizações
 - 6.2. Estratégias de marketing cultural

Metodologias de avaliação

Avaliação contínua:

Assiduidade (10%)

Participação (10%)

. Produção vídeo + relatório do trabalho executado (80%)

ou

. Elaboração de 4 resenhas sobre textos teóricos (80%)

Avaliação por exame:

. Produção vídeo + relatório do trabalho executado (100%)

ou

. Elaboração de 4 resenhas sobre textos teóricos (100%)

Software utilizado em aula

Internet browser

Keynote

Quicktime player

Estágio

Não aplicável

Bibliografia recomendada

- Adorno, T. (1991). *The Culture Industry*. New York: Routledge

- , . e Melo, A. (1994). *Arte e Dinheiro*. Lisboa: Assírio & Alvim

- Benjamin, W. (2006). *A Modernidade*. Lisboa: Assírio & Alvim

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

1. A

2. A

3. A, B

4. B, C

5. B, C

6. D

Metodologias de ensino

1. Exposição oral dos conteúdos

2. Análise das fontes bibliográficas

3. Trabalhos em contexto prático

4. Resenhas escritas

5. Preleções por especialistas convidados

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

1. A, B, C, D
2. A, B, C, D
3. B, C, D
4. A, B
5. B, C, D

Língua de ensino

Português

Pré requisitos

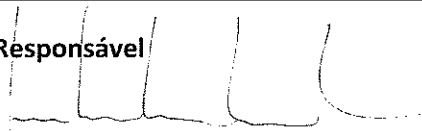
Domínio da língua inglesa

Programas Opcionais recomendados

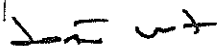
Não aplicável

Observações

Docente Responsável



Diretor de Curso, Comissão de Curso



Conselho Técnico-Científico

